

SYLLABUS DE METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN PARA COMUNICACIÓN

1. DATOS GENERALES:

Facultad: Humanidades y Comunicación	Departamento: Ciencias de la Comunicación	
Carrera: Comunicación	Código de la asignatura: 021951	
Grupo de clase:	Crédito: 6	HAD: 60
Nombre del/de la profesor/a: Sergio Cabañales	Correo electrónico: scabañalesd@doc.uca.edu.ni	
Días y horario de clases: Tutoría. Modalidad Virtual. Sesiones varían por semana.		
Día y hora de consulta:		
Coordinador del programa: Silvio Sirias	Fecha de entrega: marzo 2023	

2. CONTRATO DIDÁCTICO

Durante las clases virtuales, los y las estudiantes y el profesor se comprometen a:

1. Seguir lo establecido en el reglamento académico de pregrado de la UCA en especial con el capítulo VII referido a la asistencia y puntualidad más los deberes consignados en el capítulo XI. Para esto es fundamental que conserves una copia de este reglamento, lo leas y verifiques constantemente.
2. Cumplir con lo establecido en el syllabus del curso.
3. Completar las actividades de aprendizajes en el tiempo estipulado, salvo casos excepcionales y previa conversación con mi persona.
4. Ampliar tu reflexión sobre los temas del curso aprovechando tus horas de trabajo independiente.
5. Participar en diálogos y debates con respeto, cortesía y tolerancia.

3. OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA

1. Explorar los rasgos de la comunicación que permitan diseñar un protocolo de investigación en este campo de estudio.
2. Identificar el proceso a seguir para el diseño de un protocolo de investigación en comunicación según los fundamentos establecidos en el plan de estudio de la carrera.
3. Reconocer metodologías para la investigación en la comunicación que puedan ser utilizadas en el campo profesional con una visión humanista, intercultural y de género.

4. PLANIFICACIÓN DE LAS ACTIVIDADES

	Unidad (No. y nombre)	Objetivos de la unidad	Temas, subtemas	Actividades de aprendizaje	Materiales
Agenda 1 (06 al 19 de marzo)	I. Naturaleza del proceso de investigación. Primeros pasos.	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar enfoques investigativos en la comunicación. • Conocer experiencias investigativas elaboradas desde la comunicación y su contribución en la generación de nuevos conocimientos de este campo disciplinar. • Conocer las etapas de una investigación en comunicación. 	<p>Definiciones para el proceso de investigación.</p> <p>Procesos y ética.</p> <p>Idea de investigación e identificación del problema</p>	<p>2 sesiones de videoconferencia para presentar contenidos.</p> <p>Lecturas asignadas.</p> <p>Discusión de video documental</p> <p>Discusión de Paper asignado.</p>	<p>Dos papers de discusión.</p> <p>Links de videoconferencias.</p> <p>Libro de texto de base.</p>
Agenda 2 (20 de marzo al 02 de abril)	II. El proceso cuantitativo en la investigación en comunicación.	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer las etapas de una investigación cuantitativa. • Identificar las características de la investigación cuantitativa en la comunicación • Subrayar y diseñar algunos instrumentos básicos para la recolección de información en una investigación cuantitativa en la comunicación. 	<p>Estadísticas descriptivas básicas.</p> <p>Instrumentos de medición.</p> <p>Otros estudios cuantitativos (correlacionales, causales, experimentales)</p>	<p>2 sesiones de videoconferencia para presentar contenidos.</p> <p>Lecturas asignadas.</p> <p>Discusión de Paper asignado.</p>	<p>Dos papers de discusión.</p> <p>Links de videoconferencias.</p> <p>Libro de texto de base.</p>
Agenda 3 (10 de abril al 23 de abril)	II. El proceso cuantitativo en la investigación en comunicación.	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer las etapas de una investigación cuantitativa. • Identificar las características de la investigación cuantitativa en la comunicación • Subrayar y diseñar algunos instrumentos básicos para la recolección de información en una investigación cuantitativa en la comunicación. 	<p>Estadísticas descriptivas básicas.</p> <p>Instrumentos de medición.</p> <p>Otros estudios cuantitativos (correlacionales, causales, experimentales)</p>	<p>2 sesiones de videoconferencia para presentar contenidos.</p> <p>Lecturas asignadas.</p> <p>Discusión de Paper asignado.</p>	<p>Dos papers de discusión.</p> <p>Links de videoconferencias.</p> <p>Libro de texto de base.</p>

<p><i>Agenda 4</i> (24 de abril al 07 de mayo)</p>	<p>III. El proceso cualitativo en la investigación en comunicación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer las etapas de una investigación cualitativa. • Identificar las características de la investigación cualitativa en la comunicación • Subrayar y diseñar algunos instrumentos básicos para la recolección de información en una investigación cualitativa en la comunicación. 	<p>Características de la investigación cualitativa.</p> <p>Instrumentos de la investigación cualitativa.</p>	<p>2 sesiones de videoconferencia para presentar contenidos.</p> <p>Lecturas asignadas.</p> <p>Discusión de Paper asignado. Prueba de opción múltiple y respuestas cortas.</p>	<p>Dos papers de discusión.</p> <p>Links de cuatro videoconferencias.</p> <p>Libro de texto de base.</p>
<p><i>Agenda 5</i> (08 de mayo al 21 de mayo)</p>	<p>III. El proceso cualitativo en la investigación en comunicación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer las etapas de una investigación cualitativa. • Identificar las características de la investigación cualitativa en la comunicación • Subrayar y diseñar algunos instrumentos básicos para la recolección de información en una investigación cualitativa en la comunicación. 	<p>Características de la investigación cualitativa.</p> <p>Instrumentos de la investigación cualitativa.</p>	<p>2 sesiones de videoconferencia para presentar contenidos.</p> <p>Lecturas asignadas.</p> <p>Discusión de Paper asignado. Prueba de opción múltiple y respuestas cortas.</p>	<p>Dos papers de discusión.</p> <p>Links de cuatro videoconferencias.</p> <p>Libro de texto de base.</p>
<p><i>Agenda 6</i> (22 de mayo al 04 de junio)</p>	<p>IV. Procesos mixtos en la investigación en comunicación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer las etapas de una investigación mixta. • Identificar las características de la investigación mixta en la comunicación • Subrayar y diseñar algunos instrumentos básicos para la recolección de información en una investigación mixta en la comunicación. 	<p>Características de la investigación mixta.</p> <p>Instrumentos de la investigación mixta.</p>	<p>2 sesiones de videoconferencia para presentar contenidos.</p> <p>Lecturas asignadas.</p> <p>Discusión de Paper asignado.</p> <p>Elaboración de protocolo de investigación inicial</p>	<p>Dos papers de discusión.</p> <p>Links de cuatro videoconferencias.</p> <p>Libro de texto de base.</p>

5. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

Actividades evaluativas	Tipo de evaluación (diagnóstica, formativa y sumativa)	Puntaje (de las actividades de evaluación sumativa)	Fecha propuesta de realización
6 guías de preguntas sobre papers asignados.	Sumativa	10 puntos cada una (60 puntos en total)	Último viernes de cada agenda.
1 Prueba de opción múltiple y respuestas cortas	Sumativa	20 puntos	Agenda 5 (Fecha a convenir)
1 diseño de una propuesta inicial de investigación	Sumativa	20 puntos (documento y presentación)	Agenda 6 (Fecha a convenir)

6. BIBLIOGRAFÍA

- **Bibliografía básica (obligatoria):**

Texto Básico.

Sampieri R. (2018) *Metodología de la Investigación*: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. México, 6ta Edición.

Papers de trabajos cualitativos y cuantitativos serán asignados en tutoría con estudiante.